

# Audit Checklist ve Skor Kartı Şablonu (v1.0)

**Asset Amacı:** Otel Google Ads hesabını 8 ana başlıkta 0 ile 5 arasında skorlayarak, "kırmızı/sarı/yeşil" uyarı sistemiyle bir öncelik sırası oluşturur. Amacı, hesap denetimlerini (audit) sadece bir rapor olmaktan çıkarıp, 14 günlük sprint planıyla hızlı kazanımlar (quick wins) üreten bir sisteme çevirmektir.

**Kim Kullanır?:** Otel Satış-Pazarlama Ekibi, Ajans Performans Ekibi ve Web/IT Sorumlusu.

## Nasıl Kullanılır? (3 Adım)

- Skorlama:** Belirlenen 8 ana başlığı 0–5 arası puanlayın ve kritik notlarınızı (Kırmızı/Sarı/Yeşil) ekleyin.
- Önceliklendirme:** Skora göre "İlk 10 Aksiyon" listesini oluşturup sorumluları atayın.
- Ölçüm:** 14 günlük uygulama süreci sonunda CPA, ROAS ve CVR trendlerini "Önce/Sonra" tablosuyla kıyaslayın.

## Audit Alanları & Skorlama (0–5)

Denetim Alanı	Skor (0–5)	Kilit Kontrol Noktası
Goals & Conversion Düzeni	___	Primary/Secondary dönüşüm ayrımı doğru mu?
Kampanya Mimarisi	___	Brand, Generic ve Remarketing yapıları ayrılmış mı?
Tracking Doğruluğu	___	Booking ve Call verileri PMS/CRM ile tutarlı mı?
Search Terms Hijyeni	___	Haftalık negatif kelime listesi rutini işliyor mu?
Reklam & Test Disiplini	___	Metin uyumu ve varyasyon testleri yapılıyor mu?
Landing & Mobil UX	___	Mobil hız ve ilk ekranda CTA görünürlüğü ne durumda?
Segment Raporu Ritmi	___	Cihaz ve pazar bazlı raporlar düzenli inceleniyor mu?
KPI Raporu → Aksiyon	___	Raporlar sadece veri mi sunuyor, aksiyon üretiyor mu?

## İlk 10 Kritik Aksiyon Listesi

1. Primary ve secondary dönüşüm aksiyonlarını temizleyerek kirliliği önleyin.
2. Haftalık Search Terms raporu rutinini başlatın.
3. Brand (Marka) ve Generic (Genel) kampanya ayırımını netleştirin.
4. Kategori bazlı negatif anahtar kelime listelerini kurun.
5. Mobil landing sayfasında CTA ve güven (trust) bloklarını güçlendirin.
6. Cihaz segment raporunu haftalık olarak standart hale getirin.
7. Reklam metinlerinde en az 2 varyasyonlu A/B testleri kurgulayın.
8. Sezon fazına göre (Erken Rezervasyon/Last Minute) temaları ayırın.
9. KPI raporlarında "3 Risk / 3 Aksiyon" formatına geçin.
10. Bir "Değişiklik Logu" oluşturarak yapılan her işlemin etkisini izleyin.

## Problem → Kök Neden → Çözüm (Görsel Destekli)

Problem	Kök Neden	Çözüm
CPA yükseliyor	Junk (çöp) trafik	Negatif KW + Search Terms rutini
ROAS düşüyor	Ölçüm yanlışlığı	Conversion set + Cross-domain düzeltme
Mobil dönüşüm düşük	UX veya hız sorunları	Sticky CTA + Görsel optimizasyon

## Önce / Sonra KPI Takibi

- **CPA:** TBD → TBD (2-3 aylık trend izlenir)
- **CVR:** TBD → TBD (Landing etkisi ölçülür)
- **Junk Trafik Payı:** TBD → TBD (Negatif rutini sonucu)

**Deliverables:** Audit skor kartı, 14 günlük sprint planı ve haftalık aksiyon raporu şablonu.



“Audit şablonu deliverables: skor kart, aksiyon listesi, sprint planı ve otel bağlamı kanıtı.”